

- Estamos bien los 33
- ¡Quiero hacer un boletín!
- ¿Por qué no nos gusta la teoría estratégica que hemos heredado?
- Gobierno 3.0: de lo análogo a lo digital



El DirCom y los Derechos Humanos



Juan José Larrea
Director

En un contexto de jóvenes democracias, donde aun las instituciones se encuentran en proceso de acomodamiento y el cambio de paradigma es una realidad que nos exige mantenernos alertas para adaptarnos y aggiornarnos continuamente, ¿cuál sería la relación entre comunicación y Derechos Humanos?

Cuando pensamos en el sistema democrático, pensamos también en los subsistemas que lo transforman como un entretreído complejo donde cada pieza es fundamental para que funcione el resto. La revalorización de los Derechos Humanos y los esfuerzos de la mayoría de los estados latinoamericanos en pos de garantizar su pleno disfrute por parte de la sociedad, resultan en gran medida, parte de la materialización del fortalecimiento de las democracias mismas. Y es aquí donde la comunicación podría cumplir un papel protagónico en tanto y en cuanto sea utilizada en todas sus aristas.

En el escenario aquí planteado, el principal rol de la comunicación sería el de promotor y difusor de derechos donde la sociedad bien informada es la que mejor puede ejercer su ciudadanía, siendo la comunicación una herramienta eficaz para transmitir el abanico de derechos, mostrar cómo reclamar y exigir aquello que es legítimo y les pertenece. Los comunicadores tenemos aquí una responsabilidad sustancial, en lo ético y solidario de nuestra labor cotidiana, tanto en la órbita pública como privada.

En aquellas instituciones públicas encargadas de proteger estos derechos (Defensorías, Controladurías, Procuraciones, OSC, etc.) el rol de la comunicación adquiere significativa relevancia toda vez que no sólo debe mostrar a la propia institución a los fines de que los ciudadanos accedan a ella, sino también transformarlas en instituciones reputadas, legitimar su palabra como poderosa herramienta de denuncia, y de canal de transparencia de las políticas públicas. Por su parte, desde el ángulo privado también deben contribuir a fortalecer esta relación. La Responsabilidad Social Empresaria (RSE) podría ser la encargada de cumplir con este legado. Las empresas ya no tienen intereses sólo unilaterales. El nuevo modelo corporativo y globalizado permite a los comunicadores poder encon-

trar el feedback del mercado desde un lugar más próximo al consumidor. Y desde esa óptica, con buena predisposición y actuación responsable de las empresas, se podría trabajar en la concientización de los Derechos Humanos (en públicos internos y externos) logrando que ésta deje de ser una materia exclusiva del Estado, colaborando en la solidificación de la justicia y la equidad, que al fin y al cabo, será el escenario que mejor permita el desarrollo en el país donde se brinden los servicios.

El trabajo prima facie no resulta simple; pero en modo alguno resulta imposible. Encontramos que esta tarea en gran medida dará sus frutos con una comunicación pensada de modo integral y estratégico; buscando la segmentación minuciosa de públicos; la adaptación y recodificación del mensaje para llegar a los diferentes sectores sociales, las distintas culturas, costumbres y contextos; donde el uso de las nuevas tecnologías reviste vital trascendencia ya que nos permitirán reproducir los trabajos en cada uno de nuestros países y extenderlos para fortalecer la integración regional, no sólo desde lo político y social, sino también desde lo comunicacional.

Transitamos un camino que avisa ir de la mano de estas tendencias. Grupo DIRCOM estos años viene velando por el reconocimiento del "Color Latinoamericano" a la ahora de comunicar. Y hoy redobra su apuesta como promotor de la unión regional, abriendo un espacio de diálogo e intercambio, para nutrirnos de esas nuevas tendencias, sin importar las geografías que nos separan, y coadyuvar en cada uno de nuestros países a generar una comunicación clara y eficaz, donde se profundicen temas de interés para las naciones y sociedades, como en el caso de los Derechos Humanos, y donde, además, se garantice el acceso a la información para construir democracias más fuertes y ciudadanos con mayores conocimientos. Intentemos de la mano de la comunicación, contribuir a que esta materia sea jerarquizada y respetada por todos, tanto por los medios de comunicación, como por los actores sociales, Estado y empresas en pos de promover el pleno disfrute de los derechos.

Staff

DIRCOM es una publicación trimestral. Todos los derechos reservados: la reproducción parcial o total de los contenidos deberán ser autorizados por el editor. Los artículos firmados representan la opinión de los respectivos autores y no la del editor. DIRCOM es una publicación de Editorial: Comunicación Latinoamericana. Propietario y Editor Responsable Juan José Larrea, registro de marca N° 1934061. Registro de la propiedad intelectual en trámite. ISSN 1851-3581.

DIRECTOR GRUPO DIRCOM

LATINOAMÉRICA

Juan José Larrea

COLABORADORES

Natalia Rodríguez Milano

Alicia Parmigiani

REDACCIÓN ARGENTINA

Rodríguez Peña 694 - Piso 3º Of. "F"

C1020ADN - Buenos Aires

Argentina

(54.11) 5254.7337

redaccion@revistadircom.com

DISEÑO EDITORIAL

Lorena Yáñez Martini

diseño@revistadircom.com

www.lymdiseño.com.ar

ILUSTRACIÓN DE TAPA

Joaquín Valdéz

CONTACTO

info@revistadircom.com

revistadircom.com

facebook.com/dircom

twitter.com/revistadircom

youtube.com/revistadircom

Asesores Editoriales Honorarios (Ad Honorem)



Adriana Amado Suárez

Argentina

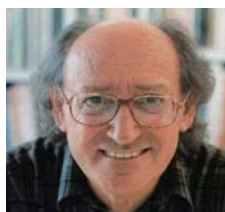
Investigadora en la Universidad Nacional de la Matanza



Daniel Ivoskus

Argentina

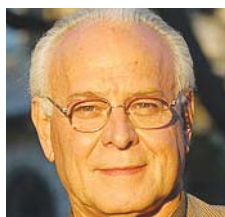
Pte. Cumbre Mundial de Comunicación Política



Joan Costa

España

Presidente Red Dircom Iberoamericana



Norberto Chaves

España

Integrante de FOROALFA



Octavio Islas

México

Director Cátedra de Comunicaciones Estratégicas y Ciber-cultura, Tecnológico de Monterrey

Estamos bien en el refugio los 33

Marcel Angulo Abarca (Cl)

Un análisis sobre el acontecimiento ocurrido en la mina de Atacama con los 33 mineros atrapados durante más de 3 meses, los escenarios que se desataron en torno al evento y cómo contribuyeron finalmente en la consolidación de la imagen del presidente chileno, Sebastián Piñera.

6

Gobierno 3.0: de los analógico a lo digital

Daniel Ivoskus (Ar)

El gobierno de la Provincia de Buenos Aires de la República Argentina presenta su plan de modernización e incorporación del nuevo paradigma 3.0. Ivoskus da cuenta de los desafíos y beneficios en la implementación de un gobierno digital.

10

¡Quiero hacer un boletín!

Diógenes D. Mayol Marcó (Ve)

¿Cómo crear una publicación corporativa sin morir en el intento? Mayol Marcó describe aquellos puntos en los que hay que poner mayor atención para planificar una de las principales herramientas de la comunicación interna: el boletín.

35

¿Por qué no nos gusta la teoría estratégica que hemos heredado? (IV)

Rafael Alberto Pérez (Es)

En la última entrega de esta mini-serie del espacio FISEC, el autor hace una comparación entre las propuestas realizadas por FISEC y HMB, para mejorar los paradigmas y esquemas actuales del management y la estrategia. Dos caminos diferentes para mejorar el mismo futuro.

42

El Social Media revoluciona las estrategias de comunicación

14

El software libre y la comunicación en las organizaciones

Sergio Llano Aristizábal (Co)

18

El poder de las palabras

Mariana Brizi (Ar)

24

La importancia de un buen armado del discurso

Claudia Preci (Ar)

25

Las RR.PP como factor estratégico organizacional

Luis Fernando Martín Pinzón (Co)

28

Comunicación y gestión por resultados

Pedro Escobar Pizarro (Cl)

30

E-Volution 3.0

Carla Mariel Vara (Ar)

31

Retorno al mensaje

José Manuel Velasco (Es)

33

Los principios de la comunicación no han variado

Diálogo: Joan Costa (Es)

38

Los acuerdos de Estocolmo: ¿hacia

dónde debe mirar la comunicación corporativa?

Germán Caicedo Prado (Co)

44

Nuevas tecnologías en la Universidad de La Sabana de Colombia

Diálogo: Adriana Guzmán de Reyes (Co)

46

Comunicar desde la integración

Diálogo: Román Tambini (Ar)

49

El póker del Social Media

Sureyma Bermúdez, Adriana Velazquez y Canek Riestra Grujalva (Mx)

51

La Comunicación Estratégica en Chile se constituye en industria

Raúl Herrera Echenique (Cl)

54

Hacia un modelo de gobierno electrónico

Mercedes Cancelo San Martín (Es)

57

Sexo, mentiras & comunicación

Miguel Benavent de B (Es)

60

Las nuevas tecnologías y la configuración de identidades

Varios autores (Ar)

64